BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik Kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. *Affiliate marketing* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini menginterpretasikan bahwa strategi pemasaran melalui affiliator mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Rekomendasi produk, ulasan, serta konten promosi yang dibuat affiliator secara nyata mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara lebih intensif. Dengan kata lain, semakin tinggi pengaruh *Affiliate marketing* yang diterima konsumen, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan.
2. *Live streaming* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, meskipun dengan kontribusi yang lebih kecil dibandingkan *Affiliate marketing*. Temuan ini menginterpretasikan bahwa interaksi langsung, demonstrasi produk, serta penawaran promosi selama sesi *live streaming* mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Namun demikian, perilaku konsumtif responden lebih banyak dipengaruhi oleh strategi promosi affiliate dibandingkan aktivitas *live streaming* itu sendiri.
3. Impulsive Buying tidak terbukti memoderasi pengaruh *Affiliate marketing* terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini menginterpretasikan bahwa meskipun responden memiliki kecenderungan melakukan pembelian impulsif, perilaku tersebut tidak memperkuat maupun memperlemah hubungan antara *Affiliate marketing* dengan Perilaku Konsumtif. Artinya, pengaruh *Affiliate marketing* terhadap perilaku konsumtif tetap terjadi tanpa dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat impulsive buying responden.

4. Impulsive Buying tidak terbukti memoderasi pengaruh *Live streaming* terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini menginterpretasikan bahwa kecenderungan pembelian impulsif responden tidak memberikan perubahan yang berarti terhadap hubungan antara *Live streaming* dan Perilaku Konsumtif. Konsumen cenderung tetap melakukan pembelian berdasarkan daya tarik promosi dan informasi produk yang disampaikan selama *live streaming*, tanpa dipengaruhi secara signifikan oleh faktor impulsive buying sebagai variabel moderasi.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, berikut saran yang dapat diterapkan secara langsung oleh masing-masing pihak:

1. Bagi pelaku bisnis dan affiliator pada platform digital, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Affiliate marketing* memiliki pengaruh yang ku at terhadap Perilaku Konsumtif konsumen. Oleh karena itu, strategi promosi melalui affiliator perlu dilakukan secara lebih kreatif, informatif, dan tetap memperhatikan etika pemasaran agar mampu menarik minat konsumen tanpa menimbulkan persepsi manipulatif. Selain itu, affiliator disarankan untuk memberikan ulasan produk yang jujur dan sesuai dengan kondisi sebenarnya agar dapat membangun kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.
2. Bagi platform e-commerce dan social commerce, temuan penelitian menunjukkan bahwa *Live streaming* mampu meningkatkan perilaku konsumtif konsumen melalui interaksi langsung dan promosi real-time. Oleh karena itu, platform perlu meningkatkan kualitas fitur *live streaming*, seperti kestabilan sistem, interaktivitas antara host dan konsumen, serta penyediaan program promosi yang menarik namun tetap transparan. Dengan demikian, pengalaman belanja konsumen dapat menjadi lebih nyaman dan menarik.
3. Bagi konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan agar lebih bijak dalam melakukan pembelian pada platform digital. Konsumen perlu mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial sebelum melakukan pembelian, terutama ketika terpengaruh oleh

promosi *affiliate marketing* maupun *live streaming* yang bersifat persuasif dan mendorong pembelian secara spontan.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Perilaku Konsumtif, seperti social influence, perceived ease of use, fear of missing out (FOMO), atau electronic word of mouth (e-WOM). Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat memperluas wilayah penelitian dan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian menjadi lebih representatif dan komprehensif.